

**ВАЖНОСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ТУРИСТСКИХ
ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Захарчук Алеся Васильевна, преподаватель-стажер,

Пилипчик Александра Степановна, 4 курс

Полесский государственный университет

Zakharchuk Alesya Vasilyevna, trainee-teacher, apanasovich.a@polessu.by,

Pilipchuk Alexandra Stepanovna, 4 year, pilipchik.al@mail.ru

Polessky State University

Аннотация. В статье обоснована актуальность исследования проблемы корпоративной культуры как сложного и многогранного явления, определена сущность и перечислены распространённые случаи, оказывающие отрицательное влияние на работу и обслуживание в туристической отрасли.

Ключевые слова: корпоративная культура, туристическая деятельность, коллектив.

Корпоративная культура в области туристической деятельности позволяет сделать обслуживание туристов более качественным, так как, придерживаясь правил корпоративной культуры, менеджеры допускают меньше ошибок в своей работе. С этой точки зрения корпоративная культура помогает не только в работе, но и сплачивает коллектив, повышает трудовую дисциплину, а также создает определённый психологический климат в организации.

Цель данной статьи заключается в определении основных проблем, возникающих в туристической отрасли, в связи с отсутствием корпоративной культуры.

Корпоративная культура – сложное понятие, и ученые вносили свой вклад в его изучение и понимание. Ниже приведены цитаты ученых о корпоративной культуре:

Эдгар Шейн, известный американский организационный психолог, определил корпоративную культуру следующим образом: "Корпоративная культура – это невидимые, но мощные силы, которые формируют поведение организации, и её членов, определяют взгляды и ценности, структуры власти и принимаемые решения" [1, с. 54].

Питер Друкер, отец современного менеджмента, заявил: "Культура поглощает стратегию на завтрак" [2]. Эта выразительная фраза подчеркивает важность корпоративной культуры в создании благоприятной среды для реализации стратегических целей организации.

Эдгар Хоффманн, профессор управления и организаций, описал корпоративную культуру как "коллективное понимание, которое сотрудники разделяют относительно целей, задач и основных принципов работы организации. Она представляет собой уникальное качество, которое отличает одну организацию от другой" [3].

Джон Коттер и Джеймс Хескетт, выдающиеся исследователи управления, подчеркнули значение корпоративной культуры для успеха организации, говоря:

”Организации с сильной корпоративной культурой имеют долгосрочное конкурентное преимущество. Культура может стать способом объединения и мотивации сотрудников, развития инноваций и осуществления стратегии“ [4].

Эти высказывания ученых подчеркивают важность корпоративной культуры для формирования ценностей, поведения и результата работы организации. Хорошо развитая корпоративная культура может способствовать созданию положительной рабочей среды, улучшению коммуникации, привлечению и удержанию талантливых сотрудников, а также достижению стратегических целей и успеху предприятия в целом.

Корпоративная культура оказывает особое влияние на деятельность турагентств, это проявляется в следующих аспектах:

- сотрудники разделяют цели и нормы организации;
- проявляется стремление к достижению целей сотрудником;
- четкое создание стратегии развития организации;
- абсолютное единство в процессе работы под влиянием корпоративной культуры и ее требований внешней среды [7, с.218].

Многочисленные исследования, проведенные на туристских предприятиях, показывают, что для большинства компаний характерно стремление персонала развиваться в направлении клановой культуры, особенно в вопросах стиля лидерства, который является, по сути, связующей нитью между организацией и ее работниками. Поэтому для современного лидера развитие клановых навыков и компетенций представляется весьма перспективным необходимым для того, чтобы быть активным проводником организационной культуры среди работников [6, с. 206].

Проблемы корпоративной культуры на туристских предприятиях могут оказывать отрицательное влияние на работу и обслуживание в данной отрасли. Распространенных проблем, которые могут возникать:

1. Отсутствие ясной миссии и ценностей: Если у предприятия отсутствует ясная миссия и ценности, сотрудникам может быть сложно понять, какой должна быть их роль и какие они должны придерживаться принципы в работе. Это может привести к неопределенности и несогласованности в действиях персонала.

2. Недостаточная коммуникация: Плохая коммуникация или ее отсутствие между руководством и сотрудниками может привести к разрыву и недоверию информации, а также к отсутствию понимания ожиданий и ролей. Это может создать напряжение и недовольство среди персонала и оказать негативное влияние на работу и качество обслуживания.

3. Отсутствие развития персонала: Если предприятие не инвестирует в развитие персонала и не предоставляет им возможности для профессионального роста, сотрудники могут чувствовать себя недооцененными и не заинтересованными в своей работе. Это может привести к пониженной мотивации и низкому уровню обслуживания.

4. Недостаточное признание и поощрение: Если руководство не признает и не поощряет достижения своих сотрудников, это может отрицательно сказаться на их мотивации и энтузиазме. Поддержка, поощрение и вознаграждение за хорошую работу являются важными элементами мотивации и создания положительной корпоративной культуры.

5. Неблагоприятная рабочая атмосфера: Если на предприятии царит негативная и напряженная атмосфера, это может негативно сказаться на работе и взаимоот-

ношениях между сотрудниками. Неблагоприятная атмосфера может привести к повышенному уровню конфликтов, стресса и непрофессионального поведения, что повлияет на качество обслуживания и удовлетворенность клиентов [5, с. 109].

Эти проблемы могут быть решены с помощью улучшения коммуникации, разработки четкой миссии и ценностей, инвестиций в развитие персонала, создания благоприятной корпоративной культуры и установления эффективных систем поощрения и признания.

При организации корпоративной культуры, предприятиям также следует помнить о важности привлечения и удержания высококвалифицированных сотрудников, которые могут способствовать улучшению обслуживания и помогать достичь поставленных целей.

Существуют четыре основные модели, описывающие влияние корпоративной культуры на эффективность компании: модель В. Сате; модель Т. Питерса – Р. Уотермана; модель Т. Парсонса; модель Р. Квина – Дж. Рорбаха.

Модель влияния корпоративной культуры на организационную эффективность и конкурентоспособность рассматривается как теоретически выстроенная и практически обоснованная совокупность представлений о том, как выглядит система управления организационной культурой, как она воздействует на объект управления, как адаптируется к изменениям во внешней среде, чтобы управляемая организация могла добиваться поставленных целей, устойчиво развиваться и обеспечивать свою жизнеспособность.

Авторы известного бестселлера ”В поисках успешного управления“ Т. Питерс и Р. Уотерман обнаружили связь между культурой и успехом в работе организации, взяв за образец успешные американские фирмы и описав управленческую практику, они вывели ряд верований и ценностей корпоративной культуры, которые и привели эти компании к успеху [6, с. 264].

Таким образом, корпоративная культура имеет важное значение в туризме, она способствует установлению и поддержанию положительных отношений с клиентами и персоналом, созданию неповторимого опыта и успешному развитию туристических предприятий. Руководство должно уделять должное внимание разработке и поддержанию сильной корпоративной культуры, основанной на ценностях, этике и целях организации.

Список использованных источников

1. Дэйв Логан, Хэли Фишер-Райт Лидер и племя. Пять уровней корпоративной культуры. М.:Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2022 – 304 С.
2. Вайнштейн, Л. А. Психология управления : электронный учебнометодический / Л. А. Вайнштейн, И. В. Гулис ; БГУ, Фак. философии и социальных наук, Каф. психологии. – Минск : БГУ, 2016. – 519 с.: ил. – Библиогр.: с. 408–409.
3. Джордж Дж.М. Организационное поведение. Основы управления: учебное пособие для вузов / Джордж Дж.М., Джоунс Г.Р.. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.
4. Ташмен, О’Рэйлли: Победить с помощью инноваций. Практическое руководство по изменению и обновлению организации. М.:Издательство Альпина-Пабlishер. Пер. с англ. – Стативка Анна. 2018.
5. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 167 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-02520-0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/512140> (дата обращения: 18.10.2023).
6. Корпоративная культура и социальная ответственность: диагностика, планирование, развитие : учебно-методическое пособие : в 2 частях. Ч. 1 / Е. О. Гаспарович ; [науч. ред.

О. В. Охотников] ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. –Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 332 с. – Библиогр.: с. 314–318.

7. Лебедева Т.Е. Психологические аспекты формирования организационной культуры компании. В сборнике: Инновационные технологии управления сборник статей по материалам V Всероссийской научно-практической конференции. Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина. 2018. С. 218-222.